

Internet kot nov dejavnik družbenega razlikovanja?

POVZETEK: V pričujočem besedilu izhajamo iz predpostavke, da je vloga interneta v sodobni medijski družbi odločilna predvsem z vidika njegovih komunikacijskih potencialov – internet namreč prinaša nove in spreminja obstoječe oblike komuniciranja. Njegovi vlogi v družbi se tako približujemo z analizo pomenov, ki jih na različnih ravneh izrisujejo posameznikove izkušnje. Menimo namreč, da še ni mogoče natančno opredeliti prepletanja življenjsko-stilnih tipizacij in učinkov interneta na njihova spreminjanja. Bolj kot teoretske implikacije nas zato zanimajo empirične značilnosti tega odnosa, ki smo jih skušali opredeliti z analizo uveljavljenih praks v vsakdanjem življenju. Na podlagi empirične analize tako ugotavljamo, da internet postaja novi dejavnik družbenega razlikovanja, in sicer v dveh smereh. Najprej utrjuje obstoječe družbene prepreke, ki že tako deprivilegirane posameznike še bolj oddaljujejo od dogajanj v družbi, po drugi strani pa se zdi, da se internet tudi kot medij, ki je po naravi interaktiven, ni oblikoval kot most, ki bi med seboj povezoval uporabnike.

KLJUČNE BESEDE: računalniško posredovano komuniciranje, dostop, internet, socio-ekonomski dejavniki, ritualna in prenosna oblika komuniciranja

1. Uvod

Podobno kot je skozi zgodovino razvoja množičnih medijev veljalo za tisk, radio in kasneje televizijo, so tudi razširitev najnovejših informacijskih in komunikacijskih tehnologij v vsakdanje življenje pospremile mnoge optimistične obljube o tem, na kakšen način nam bodo poenostavile in olepšale družbeno življenje. Klišejska fraza o »informacijski avtocesti« je v tem okviru danes že zastarel, skoraj neuporaben pojem, kajti v interaktivne mreže povezani računalniki ne omogočajo zgolj hitrejšega dostopa do informacij in podatkovnih baz, temveč prinašajo tudi nove oblike komuniciranja – redno pregledovanje elektronske pošte, vključevanje v različne klepetalnice ter deskanje po mreži predstavljajo marsikomu nepogrešljiv del vsakdana. Tudi podatki iz raziskave »Življenjski stili v medijski družbi« (Luthar 2001) pričajo, da sta med tistimi posamezniki, ki internet uporabljajo, najpogostejši praksi prav iskanje informacij prek svetovnega spleta (79 % uporabnikov to počne vsaj nekajkrat mesečno ali pogosteje) ter pošiljanje elektronske pošte (70 % uporabnikov). Računalnike smo torej vzeli za nova komunikacijska sredstva, za nov množični medij. Podatek, da je o internetu vsaj nekaj slišalo že kar 98 % v vzorec zajetih vprašanih¹, pa to še dodatno potrjuje.

Ko se danes soočamo z vprašanjem posledic, ki naj bi jih razvoj komunikacijskih tehnologij vnašal v vsakdanje življenje, se zato ne sprašujemo zgolj o učinkih »face to file communication« (Christie 1981), ki v splošnem označuje nove načine dostopanja do informacijskih sistemov, temveč predvsem o spremembah, ki jih opažamo ob raznovrstnih oblikah *računalniško posredovanega komuniciranja*. Računalniško posredovano komuniciranje je v pričujočem besedilu opredeljeno kot »raba računalnika z namenom, da se oblikujejo, naslovijo, odpošljejo, posredujejo ali prejmejo sporočila, poslana od enega posameznika k drugemu, od posameznika k skupini ali od ene skupine k drugi« (Murphy v Schneider 1996). Če na pojav računalniških omrežij gledamo predvsem kot na novo *komunikacijsko* orodje, ki v razmerja med posamezniki, skupinami in tudi institucijami vnaša pomembne novosti, kot so hitrost ali neodvisnost od geografskih dejavnikov, in spreminja obstoječe oblike vzpostavljanja komunikacijskih okolij, potem bi lahko rekli, da v tem oziru celo presegajo doslej prevladujoča komunikacijska orodja. V tem smislu je Keane že pred desetletjem računalniško tehnologijo označil kot »demokratično orodje« (1991), ki bo bistveno povečalo in okrepilo moč državljanov v odnosu do oblasti.

Tudi zgodnejše empirične analize o učinkih in posebnostih računalniško posredovanega komuniciranja so optimistično zagovarjale predpostavko o »enakopravnih učinkih za sodelovanje«, ki naj bi nastali kot posledica uporabe novih tehnologij (glej na primer Rice 1984). Zaradi posebnih lastnosti računalniško posredovanega komuniciranja, kjer imajo posamezniki možnost, da se predstavljajo s poljubnimi identitetami in kjer zlahka vzpostavijo neke vrste osebno anonimnost, je pogosto prisoten tudi argument, da naj bi ta oblika komunikacijskega razmerja zmanjševala družbeni nadzor in hierarhije družbenih vlog. V tem smislu lahko torej računalniško posredovano komuniciranje pomembno *razširja posameznikovo komunikacijsko okolje*. Vendar pa je treba upoštevati tudi drugo stran iste medalje. Računalniško posredovano komuniciranje namreč isto okolje tudi krči, saj – predvsem če ga primerjamo z neposrednim medosebnim komuniciranjem – *zmanjšuje seznanjenost s celovitim družbenim kontekstom*, in na ta način lahko celo »reducira družbeno prisotnost« (Rice 1987).

Komunikacijski potenciali računalniških omrežij torej niso enoznačni. Glede na rezultate različnih študij in zaznane učinke računalniško posredovanega komuniciranja lahko celo govorimo o nekaterih specifičnih tipih, čeprav posamezni raziskovalci o njih govorijo na različne načine. Odtod nenazadnje tudi izhaja mnogo teoretskih sporov oziroma razprav o pomenu sodobnih komunikacijskih tehnologij za človekovo družbo (glej Rice 1984, Walther 1996, Spears in Lea 1994, Sproull in Kiesler 1986). Tudi odgovor na vprašanje, v čem se računalniško posredovano komuniciranje dejansko razlikuje od drugih, že uveljavljenih oblik komuniciranja, ni preprost in enovit. Ta prispevek sicer črpa iz teh kompleksnih dilem, vendar pa nanje ne odgovarja. Sprašujemo se namreč o *pomenih*, ki jih na različnih ravneh pridobivajo posameznikove izkušnje z internetom. Pomenov ne razumemo kot statičnih in togih rezultatov posameznikovega vrednotenja ali njegovih stališč v odnosu do nečesa, pač pa jih želimo ujeti skozi njihov odnos do konkretnih dejanj, torej posredno, *preko posameznikovih konkretnih praks ali celo z odsotnostjo teh praks* v vsakdanjem življenju.

Za tak ožji pristop imamo tehtne razloge. Ne glede na številne obljube in optimistične napovedi o tem, na kakšen način in v kakšnem obsegu bodo računalniška omrežja spremenila naše vsakdanje prakse, se je naprej potrebno seznaniti z razširjenostjo ali popularnostjo rabe tega medija. Naslednji korak je iskanje razlogov, ki nekatere spodbujajo k uporabi novih tehnologij, druge pa, nasprotno, postavljajo v položaj izključenosti od teh tehnoloških inovacij. V zadnjem delu besedila je pozornost usmerjena le na tisti del uporabnikov interneta, za katere smo v naši raziskavi ugotovili, da internet uporabljajo. Na tem mestu se bomo podrobneje seznanili z njihovimi konkretnimi izkušnjami in možnostmi, ki jih vidijo v tem mediju.

2. Dostop do interneta – še vedno privilegij?

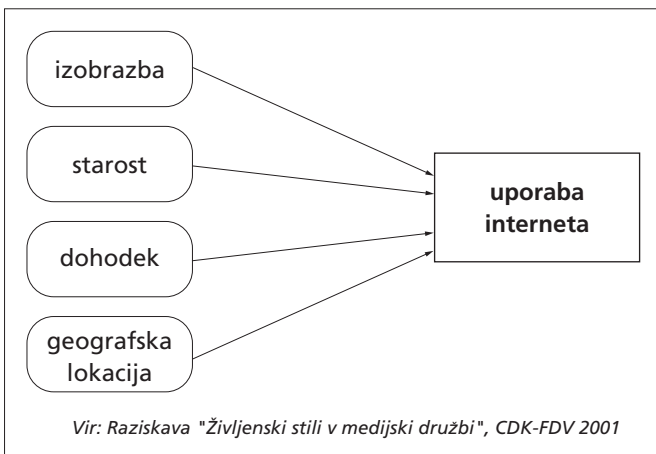
Dostop do interneta je ena od ključnih predpostavk, vključena v številna, tudi nasprotujoča si teoretska izhodišča, ki skušajo razložiti morebitne družbene učinke interneta v družbi, še posebej na političnem področju. Mnogi avtorji, ki pričakujejo, da bo razmah interneta v polje političnega življenja omogočil bolj direktno obliko demokracije, predpostavljajo, da imajo državljani do njega neomejen dostop (npr. Grossman 1995; Barber 1984). Tovrstno pričakovanje je lahko sporno, še posebej problematično pa postane, ko ga soočimo z družbeno stvarnostjo. V splošnem je namreč dostop do računalniških omrežij še vedno prej privilegij nekaterih kot pravica vseh. V Sloveniji, denimo, približno 300.000 državljanov redno uporablja internet, kar predstavlja 15 % celotne populacije.

Za nekatere raziskovalce so takšni podatki že skoraj alarmantni. Wilhelm ob podobnih deležih celo ugotavlja, da novi komunikacijski medij onemogoča nadaljnji razvoj demokracije, saj (ponovno) izpostavlja dileme o družbeno-ekonomskih determinantah, ki povzročajo neenako distribucijo tehnoloških znanj (Wilhelm 2000: 4). Za reševanje obstoječih družbenih in političnih problemov, ki so vsaj delno povezani z distribucijo virov, veščin in osnovnih sredstev komuniciranja v družbi, tehnologija torej ni dovolj. Demokratizacija se namreč izraža predvsem v širitvi socialne osnove komuniciranja (Splichal 1997: 368), torej v pogojih, ko nove oblike komuniciranja prispevajo k vključevanju do zdaj izključenih socialnih kategorij.

Predpostavka o splošni pravici do dostopa do interneta je prav tako tesno povezana z idejo o razširitvi »elektronske javne sfere« (Oblak 2001), kjer lahko posamezniki, skupine ter organizacije poljubno in enostavno dostopajo do informacijskih virov in komunikacijskih okolij. Toda ta nastajajoča oblika javne sfere je v nekem pogledu tudi prostor, ki deluje po načelu izključevanja. Izkaže se, da je dostop do mnogih aktivnosti omejen socialno (starost, spol, lokaliteta, rasa), ekonomsko (dohodek, zaposlitev) in da je še posebej določen z razliko v doseženi izobrazbi. »Primat pridobljene izobrazbe – in veščin, izurjenosti ter pismenosti, ki spremljajo izobrazbeni uspeh – pomembno odraža odločilnost izhodišč za popolno participacijo v digitalni demokraciji« (Wilhelm 2000: 54). Kot zgovorno kažejo podatki iz drugih držav (Population Survey Data 1998, v Wilhelm 2000), je dostop do interneta izjemno odvisen od višine dohodka v gospodinjstvu: le 8% gospodinjstev s podpovprečnimi dohodki uporablja internet, v

primerjavi z 21% gospodinjstev s povprečnim in 44% gospodinjstev z nadpovprečno visokim dohodkom.

Podobne težnje so prisotne tudi v Sloveniji. Selektivna razširjenost interneta in izkušnost z uporabo internetnih storitev znotraj slovenske populacije v tem smislu potrjujeta nekatere že znane ugotovitve o tem, na kakšen način in v kakšni smeri družbeno-ekonomski dejavniki določajo dostop do elektronske javne sfere. To vedenje smo v raziskavi o »Življenjskih stilih v medijski družbi« skušali še poglobiti. Na vzorcu 1213 respondentov, ki smo jih zajeli v naši raziskavi, smo namreč preverili odvisnost uporabe interneta od posameznikove izobrazbe, starosti, dohodka in geografske lokacije gospodinjstva. Oblikovali smo model z eno odvisno spremenljivko (uporaba interneta) in štirimi neodvisnimi spremenljivkami (izobrazba, starost, dohodek in geografska lokacija). Odvisno spremenljivko smo merili z vprašanjem "Ali uporabljate internet?", na katerega so respondenti lahko odgovorili z ordinalno lestvico (1), ne, nikoli, (2) da, včasih; (3) da, pogosto; ali (4) da, redno. Izobrazba je merjena z odgovori kot končana (1) osnovna šola; (2) srednja poklicna šola; (3) srednja šola; (4) višja šola (5) visoka ali več. Starost vprašanega je bila izračunana na podlagi njegove letnice rojstva, višina dohodka pa je bila porazdeljena v sedem enako širokih razredov. Razlike v geografski lokaciji gospodinjstev pa so označevali odgovori kot 1) mestna, 2) primestna in 3) vaška. Rezultati regresijske analize so prikazani v sliki 1, osnovni podatki za pojasnjevanje modela pa v tabeli za njo.



Slika 1: Učinki družbeno-ekonomskih dejavnikov na uporabo interneta

Če sklepamo na osnovi rezultatov, ki so prikazani v sliki 1, potem lahko zaključimo, da je *uporaba interneta* v vzorčni populaciji spodbujena z *višjo izobrazbo* in *višjim dohodkom*, znižuje pa se s *starostjo* in *deloma tudi z neurbanostjo*. Tisti respondenti, ki so mlajši, visoko izobraženi, ki imajo višje dohodke in živijo v urbanih okoljih, uporabljajo internet v večji meri kot ostali².

Tabela 1: Rezultati regresijske analize

neodvisna spremenljivka	nestandardizirani koeficient B ⁴	standardizirani regresijski koeficient	stopnja značilnosti
izobrazba	0.26	0.28	0.000
starost	- 0.024	- 0.29	0.000
dohodek	0.21	0.23	0.000
geograf. lokacija	- 0.083	- 0.07	0.017
R = 0.57			
R ² = 0.32			

Vir: Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", CDK-FDV 2001

Če pa bi vendarle želeli napovedati, kako je mogoče rabo interneta še bolj razširiti, si lahko pomagamo z vrednostmi nestandardiziranih koeficientov B v tabeli 1. Trdimo lahko, da se uporaba interneta predvsem povečuje z višanjem izobrazbe posameznikov ter večanjem njihovega dohodka, znižuje pa s starostjo in neurbanostjo. Dostop do novega komunikacijskega medija torej še zdaleč ni enakomerno razpršen v sferi vsakdanjega življenja. Prav nasprotno, zdi se, da pri njegovi rabi ostaja prisotna zgovorna ločitvena črta, ki družbo ostro deli na dva pola – na eni strani so tisti, ki so v sodobne komunikacijske tokove vključeni, na drugi pa oni, ki vanje nimajo vstopa.

3. »Internet, kaj bi z njim?«: Razlika med »prostovoljno« in »pogojeno« izključenostjo

Seveda se je na tej točki smiselno ustaviti in se vprašati, kateri so še tisti dodatni razlogi za ne vključenost ljudi v kibernetni prostor, ki presegajo statusno-ekonomske in socialne okvire v družbi. V ta namen nam je lahko v pomoč tabela 2, ki prikazuje ocene respondentov o petih različnih razlogih za neuporabo interneta³. Poglejmo torej, v kolikšni meri se posamezniki srečujejo z ovirami, ki smo jih zajeli v enem od anketnih vprašanj. Zanimalo nas je, kako močno anketiranci ocenjujejo posamezne vnaprej določene situacije kot tiste razloge, ki jih odvrtaajo od rabe interneta.

Zagotovo najmanj relevantna omejitev, ki bi uporabnike odvrtaala od interneta, je strah pred tehnologijo. Več kot 80% respondentov odločno zavrača takšen razlog. Vsi ostali naštetih potencialni vzroki niso tako enostransko porazdeljeni in odgovori dajejo celo slutiti, da velja poiskati še boljše indikatorje o dodatnih omejitvah.

Med možnimi odgovori je kot najpomembnejša ovira vendarle izpostavljeno »neznanje«, nezmožnost upravljanja s tehnologijo, sledita pa ji predstava o »neuporabnosti« interneta ter »pomanjkanje denarja«. Če bi za neznanje in finančne omejitve lahko rekli, da sta na neki način zunanja dejavnika, ki posameznika izključujeta iz novih komunikacijskih tokov, pa bi za odklanjanje, ki se skriva v izjavi »prepričan sem, da ga ne potrebujem« in s katero se strinja skoraj 50% vprašanih neuporabnikov, lahko rekli, da gre za zavesten, nameren dejavnik izključenosti.

**Tabela 2: Razlogi za neuporabo interneta
(v odstotkih in vrednosti aritmetične sredine)**

Interneta ne uporabljam, ker ...	sploh ne velja	deloma ne velja	niti ne velja niti velja	deloma velja	v celoti velja	arit. sredina	N
se na računalnike ne spoznam	31.4%	12.6%	13.2%	15.4%	27.4%	2.95	888
ker sem prepričan, da ga ne potrebujem	37.6%	10.6%	12.9%	12.1%	26.8%	2.80	881
ker za to nimam denarja	39.9%	7.5%	11.7%	14.1%	26.7%	2.80	877
ker me to sploh ne zanima	45.1%	9.9%	12.5%	12.4%	20.2%	2.53	882
ker me je računalnikov strah	80.3%	6.9%	5.2%	3.4%	4.2%	1.44	883

Vir: Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", CDK-FDV 2001

Poglejmo, ali je mogoče tudi analitično zreducirati kompleksnost vseh petih različnih razlogov za neuporabo na manjše število razsežnosti.

**Tabela 3: Rezultati faktorjske analize za spremenljivko
»razlogi za neuporabo interneta«**

	prostovoljna neuporaba	pogojena neuporaba
ker se na računalnike ne spoznam		0.60
ker za to nimam denarja		0.48
ker me je računalnikov strah		0.34
ker sem prepričan, da ga ne potrebujem	0.65	
ker me to sploh ne zanima	0.81	
odstotek pojasnjene variance rotiranih faktorjev (varimax metoda)	28.81	17.30
odstotek skupne pojasnjene variance	46.11	

Vir: Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", CDK-FDV 2001

Faktorjska analiza razkriva, da je različne vzroke za neuporabo interneta mogoče razumeti kot skupen niz dveh ločenih predstav posameznikov do tehnologije. Lahko bi denimo govorili o »prostovoljni« neuporabi, ko posameznik ocenjuje, da internet kot nov komunikacijski medij preprosto ni dovolj zanimiv ali sploh ni uporaben. T.i. »prostovoljno izključenost« določata namreč prav ti dve lastnosti – nezanimivost in prepričanost o nepotrebnosti interneta. Drugače je v primeru, recimo temu, »pogojene« neuporabe, ki izhajajo iz dejavnikov, ki nastajajo »zunaj« posameznikove izbire: neznanje,

strah in pomanjkanje denarja so tisti razlogi, ki prav tako pomembno pojasnjujejo delež izključenosti nekaterih posameznikov.

Še enkrat pojasnimo razliko med obema pojmom. V splošnem bi torej na osnovi podatkov lahko sklepali, da so izkušnje z internetom, podobno kot to velja v primeru drugih držav, tudi pri nas pogojene z osnovnimi socialno-ekonomskimi karakteristikami. Podrobnejša analiza primerjave povprečij faktorskih vrednosti (metoda Anova) je pokazala, da se stopnja pogojene, torej »od zunaj določene« neuporabe interneta dejansko statistično značilno *zmanjšuje z večjo izobrazbo* respondenta in tudi *z večanjem njegovega dohodka*.

Ko pa smo skušali zajeti razloge za izključenost še na ravni konkretnih praks, ki posameznike oddaljujejo od novih komunikacijskih tehnologij, se nam je podoba o tistih, ki interneta ne uporabljajo pogosto ali ga sploh ne uporabljajo (neuporabniki), še nekoliko bolj razjasnila. Izvzetost iz sodobnih komunikacijskih tokov ni nujno nekaj zunanjega ali naključnega, nekaj, kar posameznika vnaprej določa, pač pa je lahko tudi *izraz posameznikove avtonomne izbire*. Dosežena stopnja posameznikove izobrazbe ter dohodkovni prejemki imajo tudi v tem pogledu pomembne učinke na izbiro. Linearno se namreč tudi *namerna neuporaba znižuje med bolj izobraženimi in bogatejšimi posamezniki*. Tovrsten rezultat pa ima lahko pomembne učinke tudi pri širšem dojetju posledic, ki jih obe obliki izključenosti – namerna in pogojena – določata. Pričakovati je namreč mogoče, da bo skupina neuporabnikov, ki se interneta zavestno izogiba ali ga celo odklanja, njegov pomen in mesto v vsakdanjem svetu povsem drugače interpretirala kot druga skupina neuporabnikov, ki je (že vnaprej) izločena zaradi drugih objektivnih, mnogo težjih omejitev.

4. Komunikacijski potenciali v očeh uporabnikov interneta

Videli smo, da selektivna razširjenost interneta sproža vrsto raznovrstnih dilem in kot sodoben pojav odpira številna atraktivna vprašanja. Z vidika komunikološkega raziskovanja pa internet zbujajo pozornost predvsem kot nov medij. Zgodnje oblike računalniških mrež so podpirale predvsem takšno naravo interakcij, ki je bila osnovana na preprostem tekstu, danes pa se srečujemo z bogato, multimedijško podobo, ki še povečuje njihovo popularnost. Z razmahom svetovnega spleta (WWW), ki predstavlja osnovno podporo računalniških omrežij, se je kibernetiski prostor preobrazil v okolje, ki ga vse bolj pogosto naseljujejo enosmerne oblike komuniciranja, ki niti niso nujno interaktivne. Zaradi naraščajoče popularnosti svetovnega spleta naj bi se internet elektronskim množičnim medijem celo še bolj približal (Resnick 1998; Holmes 1997). Kot poudarja Resnick, je brskanje po hipertekstih precej podobna praksa kot klicanje na televizijski daljinski upravljalca.

Posebnost interneta pa je vendarle v tem, da ga *ne gre ocenjevati kot monoton komunikacijski medij*, ki bi posameznike spodbujal zgolj k eni sami obliki združevanja in povezovanja z drugimi. Prav nasprotno, internet spodbuja raznolike načine »obstajanja« in s tem tudi mnogotere možnosti za vzpostavljanje stikov z drugimi (glej Oblak 2001: 153). Odnos med posameznim komunikacijskim sredstvom (elektronska

pošta, svetovni splet, razpravljalni forum) in dejanskimi komunikacijskimi praksami je zato izjemno kompleksen. Raznolikost in raznovrstnost posameznih komunikacijskih praks, ki se vzpostavljajo in oblikujejo v računalniško generiranem okolju, sta zato izraženi vsaj na dveh ravneh – z dejansko *uporabo* in preko posameznikove *percepcije* o tem, kaj računalniško posredovano komuniciranje zanj pomeni.

Analize tovrstnih praks in zaznav so zgovorne. Etnografska študija Annette Markham (1998) ponuja denimo vpogled v pomembne razlike med odnosom posameznikov do internetnih okolij, ki določajo tudi razlike v percepciji novih načinov komuniciranja. Nekateri uporabniki, denimo, računalniško tehnologijo opisujejo predvsem ali zgolj kot *komunikacijsko orodje*, s pomočjo katerega prenašajo informacije z enega na drugi kraj. Ta skupina uporabnikov razume internet kot novo orodje, ki omogoča uresničevanje nekaterih specifičnih, precej instrumentalnih funkcij. Drugi uporabniki internet opisujejo kot specifičen *prostor*, kjer lahko srečujejo in spoznavajo druge ljudi ter se pogovarjajo z njimi. Zanje je torej internet predvsem družabno okolje, v katerem lahko doživljajo več stvari – nove identitete, nova razmerja, nove prostore. Tretja skupina uporabnikov pa računalniško posredovane izkušnje ocenjuje kot posebno obliko *bivanja*. Računalniško posredovano komuniciranje je zanje predvsem tekst in njihovo obliko percepcije tako določa možnost, da skozi tekst izražajo sebe in spoznavajo druge.

Nekoliko bolj artikulirano razumevanje različnih pristopov do komuniciranja, ki je lahko na tem mestu precej prikladno tudi za razumevanje različnih ciljev in rab računalniško posredovanega komuniciranja, je mogoče najti v Careyevi delitvi med »ritualno« (ritual) in »prenosno« (transmission) obliko komuniciranja (Carey 1989). *Prenosni vidik* je definiran s pojmi, kot so »pošiljanje«, »prenašanje«, ali »posredovanje informacij drugim«. Ključna ideja zavezana temu tipu komuniciranja je v prenosu signalov ali sporočil v prostoru. Komuniciranje je tu proces, tehnologija pa sredstvo, ki razširja, prenaša znanje, ideje ter informacije hitreje in učinkoviteje z namenom, da posameznik nadzoruje prostor in ljudi (Carey 1989: 15). Drugi, *ritualni vidik* komuniciranja je, nasprotno, povezan s pojmi, kot so »sodelovanje«, »povezovanje«, »skupna usoda«, »kolegialnost«. Usmerjeno je k ohranjanju družbe v času in k težnji po vzdrževanju urejenega kulturnega sveta (Carey 1989: 18).

Po mnenju Jonesa (1998) je računalnik – kot nov komunikacijski medij – bolj zavezan ritualni kot pa prenosni obliki komuniciranja, še posebej če ga skušamo primerjati s potenciali in učinki drugih, »klasičnih« množičnih medijev. »Medijske tehnologije, ki so bile v večji meri zavezane "prenosnemu" vidiku komuniciranja, so se razvile z namenom, da bi premostile prostor in čas. Računalnik je še posebej "učinkovit" stroj, ki pa se uporablja za komuniciranje; je tehnologija, ki jo je potrebno razumeti z "ritualnega" vidika komuniciranja, kajti čas in prostor sta že presežena; spodbuda razvoja pa je stik, povezovanje « (Jones 1998: 30). V praksi bi to pomenilo, da uporabniki s pomočjo interneta uresničujejo prvenstveno bolj interaktivne potrebe, osebne prakse, da so usmerjeni k drugim, ter da želijo predvsem vzpostaviti nove ali ohraniti obstoječe socialne vezi. Poglejmo torej, kateri so tisti razlogi, ki slovenske uporabnike interneta vodijo pri njihovi izbiri različnih komunikacijskih praks.

**Tabela 4: Razlogi za uporabo interneta
(v odstotkih in vrednosti aritmetične sredine)**

Internet uporabljam, da..	sploh ne velja	deloma velja	ni ne velja niti velja	deloma velja	v celoti velja	arit. sredina	n
dobim strokovno gradivo (podatke, literaturo), ki ga potrebujem	5.5 %	2.8 %	7.1 %	30.9 %	53.7 %	4.25	508
se bolje in hitreje informiram	5.1 %	2.4 %	7.1 %	37.1 %	48.4 %	4.21	510
ker v srfanju uživam	30.5 %	12.4 %	19.1 %	24.8 %	13.2 %	2.78	508
ohranjam stike z drugimi ljudmi	34.2 %	18.0 %	15.3 %	20.0 %	12.5 %	2.59	508
se vključujem v razprave o stvareh, ki me zanimajo	48.5 %	16.2 %	13.3 %	13.7 %	8.3 %	2.17	505
spoznavam nove ljudi	50.2 %	17.7 %	13.6 %	11.0 %	7.5 %	2.08	508

Vir: Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", CDK-FDV 2001

Če sklepamo le na podlagi rezultatov, ki so predstavljeni zgoraj, potem bi težko sprejeli tezo o »ritualizaciji računalniško posredovanega komuniciranja«, ki jo zagovarja Jones. Navade in izkušnje slovenskih uporabnikov namreč kažejo, da so *komunikacijski potenciali interneta v večji meri uporabljeni za instrumentalne in ne toliko ritualne oblike delovanj*. Internet nastopa pri uporabnikih predvsem kot sredstvo, ki jim omogoča dostop do specifičnega gradiva, in kot orodje, s pomočjo katerega se hitreje in učinkoviteje informirajo. Spoznavanje novih ljudi in tudi razpravljanje z drugimi so v primerjavi s tem manj pogoste prakse v slovenskem kibernetnem prostoru. Toda vprašanje o dveh ločenih komunikacijskih polih vendarle ostaja odprto: ali uporabniki interneta predvideno razliko med »instrumentalno« in »družbeno« ali med »prenosno« in »ritualno« obliko računalniško posredovanega komuniciranja dejansko zaznavajo? Ali je to prisotno v podatkih?

Kot kažejo rezultati factorske analize na šestih izbranih indikatorjih, bi lahko bil odgovor na zastavljeno vprašanje pritrdilen. Navedene razloge za uporabo interneta je namreč potrebno interpretirati kot dve ločeni dimenziji, ki sta med seboj negativno povezani. *Računalniško posredovano komuniciranje je v očeh uporabnikov torej kompleksen pojem, razdeljen v »ritualno« in »prenosno« obliko komunikacijskega delovanja*. Ritualna oblika je tako določena z indikatorji, kot so srečevanje z novimi ljudmi, ohranjanje stikov z drugimi, uživanje v deskanju in sodelovanje v internetnih razpravah. Te aktivnosti očitno implicirajo interakcijo z drugimi, občutek povezanosti in težnjo po sodelovanju v kibernetnem prostoru. Druga razsežnost – prenosna oblika uporabe, pa je, nasprotno, definirana z željo po boljši informiranosti in dostopu do

želenega gradiva. Določena je torej s posameznikovim občutkom, da mu vključevanje v ta prostor koristi pri njegovem osebnem delovanju. Odstotka pojasnjene variabilnosti obeh razsežnosti sicer nista prav visoka, a ostaja vtis, da ritualna oblika vendarle prednjači pred instrumentalno.

Tabela 5: Rezultati faktorске analize za spremenljivko "razlogi za uporabo interneta"

	ritualna oblika uporabe	prenosna oblika uporabe
da dobim strokovno gradivo, ki ga potrebujem		0.64
da se hitreje in bolje informiram		0.67
ker uživam v srfanju	0.45	
da ohranjam stike z drugimi ljudmi	0.47	
da se vključujem v razprave o stvareh, ki me zanimajo	0.44	
da spoznavam nove ljudi	0.82	
odstotek pojasnjene variance rotiranih faktorjev (varimax metoda)	21.89	14.63
odstotek skupne pojasnjene variance	36.51	

Vir: Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", CDK-FDV 2001

5. Zaključek

Internet – kot novo tehnološko orodje, ki ponuja raznovrstne komunikacijske potenciale –, vstopa torej na različne načine v naše vsakdanje življenje. Večina pa se z njim še vedno ne srečuje in v primerjavi s popularnostjo drugih množičnih medijev ima kot praksa precej manj »družbene podpore«. Skladno z ugotovitvami drugih raziskav tudi za Slovenijo velja, da je še vedno *medij v rokah specifične manjšine, ki izključuje starejše in manj izobražene posameznike*. Večini je lahko internet nedostopen do te mere, da se zdi neupravičeno izključeni iz okolja novih komunikacijskih praks in jih zato dojemajo povsem drugače od tistih, ki se od tega medija distancirajo namerno. Za prve lahko predstavlja internet zaprt, nedostopen in mogoče celo diskriminacijski prostor. *Razlogi za ne vključitev* pa niso samo posledica v analizi izpostavljenih socialnih in ekonomskih omejitev, pač pa *odražajo tudi določeno stopnjo posameznikove samostojne izbire*. Prostovoljna distanca je v tem smislu pogojena s posameznikovo oceno o nezanimivosti, neuporabnosti tega medija in ne z občutkom »veščinske nekompetence« ali neznanja. Ni dvoma, da je tovrsten odnos do tehnoloških inovacij povsem legitimen. Manj samoumevno pa ostaja dejstvo, da iskanje informacij po svetovnem spletu, branje in pošiljanje elektronske pošte, elektronsko nakupovanje ali klepetanje z drugimi v

kibernetskem prostoru preprosto ne utegne postati praksa tistih, ki bi si tega želeli. Kako k uporabi pritegniti tiste dele populacije, ki so zaenkrat še vedno »neprostovoljno« izključeni, ostaja vprašanje za prihodnje raziskave.

Če internet kot medij nekatere dele slovenske populacije, zajete v vzorcu raziskave, predvsem ločuje, je na osnovi prikazanih rezultatov težko reči, da tiste, ki ga uporabljajo, kaj bolj intenzivno povezuje med seboj ali z drugimi uporabniki. Iskanje podatkov in strokovnega gradiva, hitro informiranje in preprost užitek v deskanju na mreži – to so zaenkrat poglobilni vzgibi, ki povprečne uporabnike spodbujajo k »interakciji« v kibernetskem prostoru. Toda, kot pravi Rogers (1986: 4), "interaktivnost je sposobnost novih komunikacijskih sistemov (ki običajno vključujejo tudi računalnik), da uporabniku »odgovarjajo«, podobno kot to počne posameznik, ko sodeluje pri nekem pogovoru". Interaktivnost torej implicira aktivno in vključujoče dvosmerno komuniciranje. Preslikava teh pogojev interaktivnosti v kibernetski prostor pomeni, da bi morali udeleženci v komunikacijskem procesu tesno in intenzivno sodelovati. Sodelujoči morajo imeti možnost, da si v medsebojnih stikih postavljajo vprašanja in ponujajo odgovore nanje; oblikujejo predloge in predstavijo morebitne rešitve. Izkušnje, zajete v pričujočem delu raziskave, pa potrjujejo ugotovitve, ki jih izpostavljajo sodobne teorije računalniško posredovanega komuniciranja (Gauntlett 2000; Toulouse in Luke 1998), in sicer, da se *s popularnostjo svetovnega spleta veča t.i. "učinek množičnosti"*. Posledice takšnih trendov niso zanemarljive. Ena od bolj zgovornih in za našo razpravo ključnih pa je ocena, da populacija uporabnikov interneta s tem vse bolj spominja na (pasivna) občinstva množičnih medijev.

Če od tu sklepamo še dalje, potem lahko zaključimo prispevek z mislijo, ki jo je mogoče brati tudi kot odgovor na vprašanje, zastavljeno v naslovu. Kot nakazujejo namreč izsledki na tem mestu predstavljene raziskave, je internet medij, ki *posameznike ločuje v dvojnem pomenu*. Najprej utrjuje že obstoječe družbene prepreke, ki že tako šibke, izolirane skupine posameznikov še bolj oddaljujejo od dogajanj v sodobni medijski družbi. V tem smislu internet še zdaleč ni uresničil podobe o mediju, ki naj bi družbo demokratiziral. Na drugi strani pa se zdi, da deluje tudi kot medij, ki je sicer v svojih temeljih osnovan na interaktivnosti, a tudi v očeh vseh uporabnikov ne nastopa kot most, ki bi ljudi le povezoval. Internet se namreč tudi na ravni konkretnih praks (oziroma v odsotnosti nekaterih praks) uveljavlja kot *pomemben dejavnik družbenega razlikovanja* in si zato tudi v bodoče zasluži še posebno pozornost. Tudi ali predvsem zato, ker je mogoče med ocenjevanimi praksami, ki smo jim v tem prispevku namenili največ prostora, in posameznikovimi stališči o tem, kakšne učinke naj bi internet prinesel v območja vsakdana, zaznati pomembno diskrepanco. Vprašani v našem vzorcu namreč nimajo težav niti s prepoznavanjem »krivcev« za manjšo razširjenost interneta v slovenski družbi, kot tudi ne s prepoznavanjem interneta kot medija, ki lahko ljudi med seboj bolje povezuje. Odgovori vseh v vzorec zajetih respondentov namreč kažejo, da se s trditvijo, da so "z uporabo interneta postali ljudje veliko bolj povezani med seboj, kot so bili doslej", strinja dobrih 65 % vprašanih. Še večja podpora pa je izražena trditvi, da mora "država poskrbeti za to, da bodo vsi državljani imeli enake možnosti dostopa do interneta" – s tem se strinja kar 84 % vprašanih. Ni torej podoba o internetu

»v glavah ljudi« tista, ki med nas vnaša razlike. Bolj se razlikujemo v možnosti, koliko se novemu mediju sploh lahko približujemo, in v načinu, kako to počnemo.

Zahvala

Zahvaljujem se Bredi Luthar, Samu Kropivniku in uredniku Antonu Krambergerju, ki so s svojimi kritičnimi pripombami, predlogi in nasveti v veliki meri prispevali k boljši kakovosti in razumljivosti besedila.

Opombe

1. Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi", ki je potekala pod strokovnim vodstvom dr. Brede Luthar s Fakultete za družbene vede, je v vzorec zajela skupaj 1213 polnoletnih Slovencev, ki so odgovarjali na različne sklope vprašanj v anketnem vprašalniku (več o tem v Luthar 2001). Pričujoče besedilo je rezultat avtoričinega sodelovanja pri omenjeni raziskavi, katere namen in rezultati so bili objavljeni v predhodni številki Družboslovnih razprav. Zaradi vsebinske specifičnosti tukaj obravnavanega problema, ki se neposredno ne navezuje na razpravo o "življenjskih stilih", temelji pa izključno na ugotovitvah, ki smo jih s sodelavci zbrali z anketnim vprašalnikom, je po odločitvi uredništva besedilo objavljeno v tej številki, saj ponuja zgovoren vpogled v problematiko "digitalnega razkoraka".
2. Omenjeni model je statistično značilen, z izbranimi neodvisnimi spremenljivkami pa pojasnimo skupaj 32 % variabilnosti njihovih učinkov (vrednost popravljene R statistike znaša 0.32). Glede na to, da smo želeli predvsem preveriti, ali lahko tudi v slovenskem prostoru govorimo o izpostavljenosti nekaterih socialno-ekonomskih omejitev, ki določajo stopnjo posameznikove seznanjenosti z internetom, lahko zaključimo, da je model dober, saj so vsi regresijski koeficienti statistično značilni in nakazujejo pričakovano smer učinka.
3. Na zastavljeno vprašanje so odgovarjali samo tisti respondenti, ki interneta ne uporabljajo, torej skupaj 671 oziroma 56% sodelujočih v vzorcu.
4. Vrednosti nestandardiziranih koeficientov nam povedo, kakšen je odnos med uporabo interneta in vsako napovedno spremenljivko posebej. Če je vrednost koeficienta pozitivna, gre za 'naraščajoči' tip odnosa, če pa je njegova vrednost negativna, je odnos med njima negativen.

Literatura

- Barber, Benjamin (1984): *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. Berkeley: University of California Press.
- Carey, W. James (1989): *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. London: Routledge.
- Christie, Bruce (1981): *Face to File Communication: A Psychological Approach to Information Systems*. New York: John Wiley & Sons.
- Gauntlett, David (2000): *Web.studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. Arnold.
- Grossman, K. Lawrence (1995): *The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age*. New York: Viking.
- Holmes, David (1997): *Virtual Politics*. London: Routledge.
- Jones, Steven (1998): *Cybersociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community*. London: Sage.

- Luthar, Breda et al. (2001): Raziskava "Življenjski stili v medijski družbi". Ljubljana: CDK-FDV.
- Markham, Annette (1998): *Life Online: Researching Real Experience in Virtual Space*. London: Altamira Press.
- Oblak, Tanja (2001): Poti razvoja računalniško posredovanega komuniciranja. V S. Splichal (ur.): *Vatovčev zbornik, Javnost/The Public* (suplement), VIII, 149-156.
- Oblak, Tanja (2001): Kibernetške po-javnosti: Elektronska javna sfera v luči normalizacije kibernetškega prostora. V J. Žurej in B. Lobnikar (ur.): *Družboslovje in humanistika. Zbornik raziskovalnega dela podiplomskih študentov v Sloveniji*: 671-681. Ljubljana: DMRS.
- Resnick, David (1998): Politics on the Internet: the Normalization of Cyberspace. V C. Toulouse in W.T. Luke (ur.): *The Politics of Cyberspace*: 48-68. London: Routledge.
- Rice, E. Ronald (1984): *The New Media: Communication, Research and Technology*. London: Sage.
- Rice, E. Ronald (1987): Computer-Mediated Communication and Organizational Innovation, *Journal of Communication*, 37, 5, 65-93.
- Rogers, M. Everett (1989): *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.
- Schneider, M. Steven (1996): Creating A Democratic Public Sphere Through Political Discussion: A Case Study of Abortion Conversation on the Internet, *Social Science Computer Review*, 14, 4, 373-393.
- Spears, Ronald in Martin Lea (1994): Panacea or Panopticon? The Hidden Power in Computer-mediated Communication. *Communication Research*, 21, 427-459.
- Splichal, Slavko (1997): *Javno mnenje*. Ljubljana: FDV.
- Sproull L. in Sarah Kiesler (1986): Reducing Social Context Cues: Electronic mail in Organizational Communication, *Management Science*, 32, 1492-1512.
- Toulouse, C. in W.T. Luke (ur.): *The Politics of Cyberspace*. London: Routledge.
- Walther, B. Joseph (1996): Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal and Hyperpersonal Interaction, *Communication Research*, 23, 1, 3-43.
- Wilhelm, G. Anthony (2000): *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. London: Routledge.

Avtoričin naslov:

dr. Tanja Oblak, asistentka
Oddelek za komunikologijo
Fakulteta za družbene vede Univerze v Ljubljani
p.p. 2547, 1000 Ljubljana
e-mail: tanja.oblak@uni-lj.si

*Rokopis prejet februarja 2002, revidirana verzija,
dokončno sprejeta za objavo, septembra 2002. Po mnenju uredništva je članek uvrščen v
kategorijo: izvirni znanstveni članek (s kvantitativno argumentacijo).*